

# “双11”16年了,今年有何不同?

## 竞争焦点从价格战更多转向服务升级

“双11”16年了。这一见证电商行业飞速发展的“购物节”,已成为影响力极广的消费盛事。

作为观察中国消费市场的重要窗口,今年的“双11”有哪些新亮点?



昨天,工作人员在北京南站将快件从预留车厢中搬出。

### 要比往年来得更早一些

今年的“双11”,比往年来得更早一些。

10月8日,抖音、拼多多便启动了大促预热;10月14日,天猫和京东同时开启“双11”活动。这意味着,今年“双11”时间跨度持续约一个月,刷新了自“双11”概念诞生以来的购物周期。

超长预售期,使得商家备货发货、优化库存的时间更充裕。济南中通仓储服务有限公司临沂分拨中心网络管理负责人孙德成说:“消费高峰在10月22日、11月1日、11月11日等节点多次出现,大大减轻了瞬时流量的压力。”

不少平台推出多项扶持政策,在优惠力度上也持续加码,“砸”出真金白银。

“双11”期间,抖音电商有针对性地推出“四个降低”“两个优化”等多项扶持政策,帮助商家提质增效。对于新商家和中小商家,平台也推出一系列利好政策。抖音电商负责人说,本次新商免佣是历年扶持政策中力度最大的一次。

政府补贴首次“入场”也成为今年“双11”一大亮点,“以旧换新”热度高涨。“平台优惠加上政府补贴,补上加补后,家电、家装的一些商品优惠在六折左右,确实很‘香’。”购买了多款家电产品的贾女士说。

苏宁易购升级“国补、厂补、苏宁补”三重补贴,优惠不止五折,推出200款家电一口价;“双11”全面开启以来,“以旧换新”订单同比增长超110%。“双11”期间,全国超过90%的县域农村地区均有消费者通过京东进行“以旧换新”。

线上线下消费势头强劲,消费热情持续升温。

记者在北京、济南、沈阳等多个城市看到,实体店商超、餐饮店铺等,也积极加入“双11”促销队伍。在济南一家自助火锅店,69.9元一位的单人套餐近期已销售7000余份。店铺负责人张刚说,线上享受优惠,线下享受服务已成为消费常态,间接促进了业绩增长。

相关平台数据显示,截至10月30日,2024年“双11”全网累计销售额达8450亿元。

“参与平台范围不断扩大、物流等电商基础设施不断完善、商家对消费者的洞察更精准,国内市场依然存在消费潜力。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

### 持续16年缘何保持活力

业内人士分析,今年“双11”表现不俗的背后,是多重政策利好、平台着眼服务、商家深耕市场等因素的结果。

“消费品‘以旧换新’政策先期出台是重要利好。”中国家用电器协会副理事长徐东生说,不少品牌抓住“双11”促销时机,展现出强劲增长势头。数据显示,天猫开启“双11”预售活动首小时,大家电整体成交较去年预售同期上涨765%。

今年“双11”,平台将竞争焦点从价格战更多转向服务升级。电商平台开始意识到“做减法”的重要性,不再以价格战为噱头。今年,微信支付全面接入淘宝、天猫,存在多年的支付“壁垒”首次被打破;菜鸟等快递公司多个平台达成合作。

“平台做减法,并不意味着销量会下降。相反,消费者获得更多实惠和更优体验,会助推消费市场‘升温’。”中国人民大学商学院市场营销系副教授丁瑛说。

商家也更多回归注重产品和用户体验的本质。

“喜欢什么样都可以告诉我,我会帮你把这块玉打造成独一无二的样子……”“双11”前,记者走进辽宁岫岩一家个性化定制玉器工作室时,“00后”负责人唐校正正在直播。他说:“年轻人更懂年轻人,‘DIY+电商’的路子,让岫岩玉走出大山,被更多人爱上。”

“消费者的选择渠道更多了。对商家来说,产品品质如何、能否带来实惠,是决定销量的关键。”山东优可熊母婴用品有限公司负责人王大龙说,通过完善产品供给,今年“双11”期间,公司产品销量较平常增长了3倍。

### 推动电商行业转型升级

“双11”不仅是观察消费市场的一个重要窗口,也是观察消费趋势变化的重要节点。

业内人士认为,支付、物流方面的互联互通等举措,意味着服务将更加回归消费者本位,让消费者享受到实实在在的优惠。

随着“双11”购物节的不断发展,消费者对购物体验、退换货等售后服务有更高期待,这也意味着电商平台的服务能力要进一步提升。

推进诚信建设也有助于释放更多消费潜力。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说,平台应通过建立良性的消费信任、兼顾消费者和商家的公平规则,持续激发消费市场活力。商家自身也要重视品牌建设,平衡短期利润和长期收益。

利用技术赋能,有助于进一步推动电商发展、提升消费体验。

借助AI助手、AI数字人直播等技术,平台可有效增加内容供给、提升竞争力。“人工智能技术在电商场景的应用将进一步拓展,对全行业的赋能也将进一步增强。”李鸣涛说,在尊重消费者隐私的同时,可以利用大数据、技术分析等手段,优化购买咨询、商品选购、售后维权等消费全链路。

此外,更多市场空间值得期待。

今年“双11”,县域市场消费火热,带动不少商家整体销量上升;兴趣消费和情绪满足类产品也表现不俗。业内人士认为,通过丰富消费场景、深挖文化内涵、聚焦情绪价值,电商平台不断打造市场新增量,促进消费市场持续回稳向好。

在李鸣涛看来,随着数字化技术的深入应用,中国电商行业的新形态、新模式层出不穷,如直播电商、融合线上线下优势的即时零售等,这也在一定程度上代表了全球电商行业的发展趋势,未来海外市场将带来更大的增长空间。

据新华社

侵入高铁线路、闯入居民卧室、光顾路边店铺……

## 野猪致害频发,咋回事?

10月27日,一头野猪侵入南京南站至紫金山东站间的高铁联络线引发事故。同一天,北京市门头沟区妙峰山镇一小区,一头受伤野猪闯入居民卧室。此前几天,在杭州建德市的街头,一头野猪闯入了路边的一间店铺……

近期,野猪致害频频登上热搜,引起公众关注。实际上,这几年野猪下山不是稀奇事,不仅在农村,连城市里偶遇野猪的情况似乎也越来越频繁。

据有关方面统计,野猪在我国28个省份有分布,数量达到200万头,其中野猪致害省份达26个。考虑到野猪已不存在生存威胁,国家林草局在2023年公布调整的《有重要生态、科学、社会价值的陆生野生动物名录》里,将野猪调出了目录。

“随着生态环境向好,野猪等野生动物种群数量越来越多。”北京林业大学教授谢屹说,由于繁殖力强、适应性强,野猪种群增速快于豺、狼、虎、豹等天敌繁衍速度,活动范围逐步扩大。此外,通常春秋两季野猪更喜欢下山觅食,这也是近期野猪“露面”更多的主要原因。

那么,野猪致害怎么办?

“野猪致害防控,要从野猪分布区内、外两个方面协同发力。”谢屹表示。他认为,一方面,要评估野猪分布区栖息地的承载力,对于超出环境承载力的,要组织通过种群调控、完善食物链、优化栖息地等综合途径合理控制种群规模;另一方面,对野猪扩散出栖息地进入人们生活区域、威胁生命财产安全的情况,当地应当通过建设物理屏障、实施监测和预警提示等措施进行主动预防,并在事件发生时采取果断措施予以处置。

国家林草局等多部门于今年1月联合印发《野猪等陆生野生动物致害防控工作方案》,从监测预警、预防控制、补偿救助、宣传引导等方面提出系列工作措施。

目前,多地已在积极探索开展野猪致害防控策略,如陕西省统筹建设脉冲电围栏、阻隔栅栏、植被隔离带等隔离防护设施以及配置红外感应、影像监测联动音响预警设备;宁夏回族自治区固原市西吉县招募“赏金猎人”来猎捕西吉县域内一定数量的成年(40公斤以上)野猪,并进行无害化处理等。

国家林草局有关负责人告诉记者,枪猎是目前针对野猪最为有效的猎捕手段,但需要执行严格的管理措施,对此国家林草局正与有关部门探讨合作猎捕机制,保障专业猎捕工作顺利开展,还将积极借鉴国外猎捕经验,拓展笼捕、网捕、围栏诱捕等多元化猎捕手段。

中国林科院森林生态环境与自然保护研究所研究员金崑说,按照野生动物保护法规定,危及人身安全的紧急情况下,采取措施造成野生动物损害的,依法不承担法律责任。但他同时建议,如果正面遇到野猪,大家首选的方式仍然是尽量躲避,由专业人士来处理。

另外一个大家关心的问题是,野猪“闯祸”的损失怎么分担?

除了科学调控野猪种群数量、加强监测预警外,加大野生动物致害补偿力度也是保障老百姓利益的重要举措。

金崑说,虽然野猪已调出“三有”名录,但按照野生动物保护法,有关地方人民政府采取预防、控制国家重点保护野生动物和其他致害严重的陆生野生动物造成危害的措施以及实行补偿所需经费,由中央财政予以补助。其造成的损失,有关地方人民政府在经费上具备条件的,应当给受损群众适当补偿。

一些地区通过加强与保险公司的合作,努力维护受损群众的利益。如浙江省实现全省野猪致害保险全覆盖,确保受损群众及时得到应有的补偿等。

据新华社